

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
GRUPO CADELGA, FERTICA**

**SUSTENTADO POR:
WILSON OMAR BUSTILLO REYES
21011096**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

ENERO, 2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	III
INTRODUCCIÓN	V
CAPÍTULO I	1
1.1. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	2
1.1.1 Objetivo General	2
1.1.2 Objetivos Específicos	2
1.2. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	3
1.2.1 Reseña Histórica	3
1.2.2 Misión	4
1.2.3 Visión.....	4
1.2.4 Valores de la empresa	5
1.2.5 Cadelga	5
CAPÍTULO LL.....	6
2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	7
2.1.1 Elaboración, seguimiento y actualización planes de inversión para pequeños productores.	7
2.1.2 Seguimiento de visitas de campo.....	8
2.1.3 Actualización y mantenimiento de estados de cuenta de los clientes Agromoney	8
2.1.4 Coordinación y entrega de productos	9
2.1.5 Servicio al cliente.....	9
2.1.6 Recepción de solicitud de nuevos clientes.....	10
2.1.7 Actualización expedientes de clientes	10
CAPÍTULO III.....	12
3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS DE MEJORA.....	13
3.1.1 Agilización de proceso de Pre aprobación de Solicitud de Crédito.....	13
3.2 PROPUESTA DE MEJORA.....	17
3.2.1 Plan de Seguimiento de los Clientes.....	17
3.3 IMPACTO DE LAS PROPUESTAS DE MEJORA	20
3.3.1 Plan de Seguimiento de los Clientes.....	20
CAPITULO IV	26
4.1. CONCLUSIONES	27
4.2. RECOMENDACIONES.....	28
BIBLIOGRAFÍA.....	29
GLOSARIO.....	30
ANEXOS.....	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Colocación Actual de Crédito FIRSA	18
Figura 2: Impacto de la Falta de Seguimiento de los Clientes.....	19
Figura 4: Plan de Seguimiento de los Prospectos y Clientes	22
Figura 5: Proyección de la Cartera de Clientes con Seguimiento de la Cartera	25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparativo de Tiempos.....	16
Tabla 2: Cartera de Créditos Otorgada por FIRSA 2017.....	17
Tabla 4: Proyección de Contacto de Clientes	23
Tabla 5: Bases de Datos de los Clientes	24
Tabla 6: Proyección de Desembolsos con Seguimiento a la Base de Datos.....	24

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe tiene como principal propósito detallar la experiencia vivida durante el periodo de práctica profesional que tiene una duración de 10 semanas, comenzando en el mes de Octubre y finalizando en Diciembre del presente año, donde se enriquecieron los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales de la Universidad Tecnológica Centroamericana, Unitec.

Todas las actividades que se presentan en este informe, fueron realizadas dentro del reconocido Grupo Cadelga, que se dedica a la agroindustria, la cual el mes de octubre celebro los 51 años de participación en el mercado de la agroindustria hondureña. Grupo Cadelga abrió sus puertas y brindo la oportunidad de colaborar en el Departamento de Crédito, específicamente colaborando con el proyecto Agromoney para apoyar al pequeño y mediano productor hondureño.

La práctica profesional inicio con una inducción general de Grupo Cadelga, y el recorrido del centro para conocer el entorno, así como una explicación previa a las tareas asignadas con que se estaría trabajando.

Se realizaron diferentes actividades designadas, entre ellas la elaboración, seguimiento y actualización de planes de inversión para pequeños productores, planes que juegan un papel importante en el proceso del crédito y siembra de los clientes, donde se les brinda ayuda para hacer un mayor manejo de sus insumos, permitiéndonos tener un seguimiento de sus cultivos. También se le dio actualización y mantenimiento a los estados de cuenta a los

productores Agromoney, como la entrega de productos solicitados y la recepción de solicitudes de nuevos clientes.

Laborando en esta área, se pudo apreciar cada uno de los procesos del departamento de crédito, donde uno de ellos resalto en mayor importancia la recepción de solicitudes de nuevos clientes, la cual consiste en recibir las solicitudes de los clientes extrayendo la información brindada por el solicitante, luego se le toma el número de identidad y se hace una revisión en la central de riesgo TransUnion para saber si cumple correctamente con sus pagos en caso de tener algún tipo de crédito en el comercio o banca, si el solicitante cumple con sus pagos se procede al siguiente paso del proceso de la recepción de solicitudes de crédito, que consiste en documentar la información y abrir un código de cliente.

Debido al aumento en el índice de morosidad permitido que tiene el proyecto Agromoney para el año actual surgió la propuesta de mejora, la cual consiste en implementar un Modelo de Análisis de Riesgo Crediticio el cual le brindara al departamento un amplio análisis en base a variables de la situación en que se encuentra en el solicitante, dando resultados contundentes de si la persona tiene la capacidad para responder por el crédito solicitado, el modelo permitirá que el proyecto Agromoney el próximo año reduzca el índice de morosidad.

Después de analizados los resultados de la propuesta se sugiere finalmente a la empresa, analizar y estudiar los beneficios que aportaría el Modelo de Análisis de Riesgo Crediticio para mantener los índices de morosidad en su normalidad.

INTRODUCCIÓN

El mercadeo es una de las actividades de mayor importancia en una empresa para la búsqueda y logros de los objetivos, es por eso que el requisito de práctica profesional en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales es un elemento clave para la culminación exitosa de la carrera.

El presente informe surge con la necesidad de evaluar los conocimientos y habilidades adquiridos por los estudiantes, y así dar a conocer como se desenvuelven dentro una empresa, las experiencias vividas, con el propósito de saber cuál es la capacidad, desenvolvimiento y crecimiento del practicante, reflejando en la buena aplicación en el departamento asignado, esperando tener resultados específicos.

Este documento, se divide en cuatro capítulos, el primer capítulo contiene puntos fundamentales referentes a la empresa líder en el rubro de la agroindustria Grupo Cadelga, la cual está conformada por Fertica, Agroquímicos, Fertiagrho y Cadelga. El segundo capítulo cuenta con la función que representa y desempeña el departamento de Microcrédito dentro de la empresa y se describen todas las actividades realizadas durante el periodo de las 10 semanas de práctica profesional.

En el capítulo tres se desarrolla una propuesta de mejora hacia la empresa, añadiendo el beneficio a utilizar el reporte como un apoyo al cumplimiento de un seguimiento proactivo hacia ellos, y se proyecta el impacto que esta tendría en el departamento de microcrédito. Finalmente se presentan las conclusiones y anexos del informe, así mismo se presentan las

recomendaciones basadas en la experiencia laboral durante el periodo de práctica profesional en Grupo Cadelga.

CAPÍTULO I

1.1. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1.1 Objetivo General

Poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de toda la vida universitaria, comprender y entender los procesos y funcionamientos del departamento de Microcrédito Agromoney.

1.1.2 Objetivos Específicos

- 1.** Trabajar en las actividades asignadas en el área de Microcrédito, aprendiendo todo lo que este departamento con lleva, para ponerlo en práctica en un futuro en el desempeño laboral.
- 2.** Revisión de la implementación del proyecto de inversión Agromoney para el pequeño producto, a fin de realizar propuestas de mejora al departamento.
- 3.** Detectar posibles fallas en el proceso del departamento de Microcrédito y desarrollar y sugerir propuestas de mejora para dicho departamento.

1.2. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1 Reseña Histórica

En 1966 un pequeño grupo de jóvenes ingenieros agrónomos tenían un ambicioso sueño “Servir a la agricultura de Honduras con la mejor calidad de productos y servicios”, con este sueño nació la empresa “Casa del Ganadero, S.A.” (CADELGA) convirtiéndose en una empresa orientada al agro negocio, desde entonces ha sido sinónimo de “calidad” en productos y servicios. Después de algunos años en el mercado se convirtió como distribuidor atractivo en Honduras para la mayoría de compañías agras industriales líderes mundialmente. La empresa BASF de Alemania jugó un papel importante confiando en la integridad de CADELGA otorgándole sustanciosos créditos, que le permitieron a la empresa fortalecer y promover sus operaciones, posteriormente surgió el apoyo de otras empresas como Rohn & Haas, Shering, Ciba-Geigy, Rhone Polenc, American Cyanamid, Grupo Bio-químico Mexicano (GBM) y otros.

En el transcurso de 40 años nos hemos forjado a base de tesón y esfuerzo diario que nuestro sueño, hoy hecho realidad, sea un legado de las futuras generaciones; lo cual nos llena de orgullo haber participado en el proceso transformador del sector agrícola de Honduras. Nuestra meta la hemos logrado gracias a la confianza alcanzada en cada uno de nuestros clientes, amigos, socios, que depositan en mi gestión gerencial al frente de dicho grupo de compañías la cual me enorgullece representar hasta el día de hoy.

El trabajo en equipo de todo nuestro personal, el conjuntar ideas, creatividad, talentos y profesionalismo ha amalgamado los pilares de nuestra empresa.

El optimismo y la fe en nuestra patria han hecho que sobrepasemos nuestras expectativas y vayamos con paso firme al futuro a la consolidación de nuestra empresa.

Hemos mejorado la calidad de vida de nuestro personal al compartir con ellos los beneficios alcanzados y nuestro fiel propósito de mantener en armonía nuestras relaciones.

Nos motivan los retos de la globalización, la economía mundial y la tecnología de punta, tendencias dinámicas y propiciación de grandes cambios es la forma de ver los nuevos negocios que tienen todo un mundo de oportunidades esperando ser conquistados.

1.2.2 Misión

Nuestra solución, la mejor; nuestra pasión, compartirla con el cliente.

1.2.3 Visión

Ser líderes en la región en soluciones de alto valor para la agroindustria

1.2.4 Valores de la empresa

- Visionario: Pensar en el futuro con una visión integral y alinear el esfuerzo diario a la visión.
- Pasión y Compromiso: Disfrutar lo que se hace, dispuesto a tomar retos y ser un ejemplo en su área de influencia dentro y fuera de la empresa.
- Mejora Continua: Cumplir con los objetivos propuestos como resultado de esfuerzos progresivos para incrementar continuamente las capacidades personales y de los procesos.
- Enfoque en el Cliente: Orientado a exceder las expectativas del cliente y estimular su lealtad en cada contacto.
- Innovación: Generar y aplicar soluciones creativas en el día a día que representen propuestas diferenciadas que agreguen valor al cliente y al negocio.

1.2.5 Cadelga

Cuenta con un equipo profesional en ventas con experiencia agrícola y pecuaria que ofrecen servicios de asesoría técnica del uso de productos distribuidos en agencias estratégicamente localizadas en el territorio nacional con una amplia cobertura del mercado. La empresa ha mantenido la representación de marcas y productos de empresas líderes en los negocios agrícolas con las líneas de productos veterinarios, agro pesticidas, fertilizantes, semillas y equipos, teniendo un constante compromiso y responsabilidad social ofreciendo productos y tecnología al sector agrícola que sean amigables con el medio ambiente.

CAPÍTULO II

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Las actividades realizadas se llevaron a cabo en el departamento de crédito Agrícola, donde se puso en práctica las labores diarias asignadas al departamento y de igual manera los conocimientos adquiridos de estudios en la carrera de mercadotecnia y negocios internacionales, se presentan a continuación:

2.1.1 Elaboración, seguimiento y actualización planes de inversión para pequeños productores.

Para los pequeños productores el departamento de crédito tiene el proyecto Agromoney, que consiste en brindarles microcréditos, con una aprobación rápida, donde la cantidad aprobada variara la inversión y producción del productor.

El plan de inversión nos permite brindarle una ayuda en el control de cultivo al pequeño producto, la cantidad máxima aprobada para un productor es de 150,000 lempiras, cuando el productor nos dice lo que desea cultivar, realizamos el plan de inversión para ese productor, si su cultivo será camote le indicamos cuantas hectáreas puede cultivar con la cantidad de crédito aprobada. Los planes de inversión que realizamos varían según lo que el productor cultiva, también se le indica en el plan de inversión cuáles serán las etapas en el productor deberá realizar el mantenimiento con los fertilizantes correspondientes. Todo este plan lleva un seguimiento por nuestros ingenieros agrónomos.

2.1.2 Seguimiento de visitas de campo

Como proyecto Agromoney para el pequeño productor se encuentra el seguimiento de campo que se le da a los productores aprobados y solicitantes de crédito. El fin de esta tarea tiene dos objetivos específicos, en primero como se mencionaba en la actividad anterior, uno de los requisitos de las aprobaciones es que el solicitante cuente con la tierra adecuada y con amplia experiencia en el cultivo, debido que eso nos garantizara que la producción culmine con éxito, Es ese el motivo que nos lleva a realizar una inspección en las tierras de cada solicitante antes de hacer la aprobación de crédito.

En segundo cuando el productor ya está aprobado se comienza hacer uso de los insumos de Fertica y Cadelga, esto nos lleva a realizar visitas constantes a cada productor, por parte de nuestros ingenieros agrónomos de campo, debido que tenemos que estar llevando el control de cada etapa del cultivo y realizar las entregas adecuadas de insumos a cada productor. Sabiendo lo anterior tenemos el control al momento de facturar insumos solicitados y se tiene la garantía de que se está aplicando correctamente el producto y que el productor culminara su producción con éxito, así cumplirán sin excusa el pago del crédito.

2.1.3 Actualización y mantenimiento de estados de cuenta de los clientes Agromoney

Dentro de la empresa en el departamento de crédito, no existe una base de datos estratificada, por lo que se tiene que estar dando seguimiento a los estados de cuenta de cada uno de los clientes. Estados de cuenta que son requeridos por los ingenieros agrónomos que realizan las visitas de campo semanalmente, por lo que día con día se tiene que estar actualizando todos los estados de cuenta de cada productor.

En el programa People Soft se encuentran reflejados los montos de los pedidos, como los pagos realizados por los clientes Agromoney, diariamente por el programa Excel se

actualizan los estados de cuenta, revisando People Soft, agregamos facturas a los estados de cuenta del cliente en caso de haber hecho pedidos y de haber cancelado alguna factura se descartan del estado de cuenta. De esta manera el proceso nos permite darle seguimiento y tener un buen control de cada estado de cuenta de los clientes.

2.1.4 Coordinación y entrega de productos

En el momento en el que el productor solicita insumos, la coordinación de entrega tiene dos maneras de realizarse, en primer lugar si el productor se presenta a la tienda se le toma el pedido y se revisa el plan de inversión del productor, corroborando si el pedido solicitado corresponde a la etapa en el que se encuentra su cultivo, de ser los insumos que el productor necesita, se llama a bodega para saber si hay producto en existencia, de ser así se procede a realizar la facturación, se hace firmar por el productor y se le entrega para que pueda reclamar su producto.

En segundo lugar si los productores solicitan insumos vía telefónica y requieren que se les entregue en el lugar del cultivo, la coordinación se hace con el ingeniero de campo de la zona requerida, tomamos el pedido y se corrobora que sea el insumo correspondiente a la etapa del cultivo establecido en el plan de inversión, se revisa en bodega si hay producto en existencia, de ser así se procede a la facturación, se le entrega al ingeniero de campo de la zona el cual hace llegar hasta la zona del cultivo y nos trae la factura firmada por el productor.

2.1.5 Servicio al cliente

La mayoría de las solicitudes de créditos y microcréditos Agromoney se hacen en las zonas rurales, las cuales son tomadas por los visitantes de campo, quienes nos hacen llegar vía

correo electrónico, Así como los pedidos de insumos. Sin embargo, hay personas que siempre se abocan a la tienda personalmente. Brindándoles el servicio e trato correspondiente ya sea en solicitudes de crédito y microcrédito Agromoney, como en pedidos de insumos para los cultivos de los productores.

2.1.6 Recepción de solicitud de nuevos clientes

Todas las semanas recibimos cierta cantidad de solicitudes (Anexo1) de nuevos clientes, tanto por parte de los visitantes de campo en el área rural, como de las empresas exportadoras de cultivos que tienen convenio con grupo Cadelga.

Al recibir la solicitud el primer paso es introducir el número de identidad a Trans Unior central de riesgo, para verificar si el solicitante se encuentra en buenos términos crediticios, de ser así se procede a la aprobación de crédito del solicitante, asignándole un código de nuevo cliente para Fertica y Cadelga, agrupándolo con la documentación correspondiente. Se le programa la visita de campo por parte de los ingenieros agrónomos y poder realizar el plan de inversión del productor, para poder establecer la cantidad de hectáreas de tierra que tiene y si el terreno se encuentra en condiciones adecuadas para cultivar lo deseado por el productor. De esta manera determinamos qué porcentaje de crédito se le aprobará.

2.1.7 Actualización expedientes de clientes

Como se mencionaba en la actividad anterior, cada solicitud que es aprobada se le asigna un código para Fertica e Cadelga, y se agrupa con la documentación de los productores en cada expediente. Gran mayoría de los expedientes que fueron aprobados se les asigno un código, se hizo la visita de campo y se les comenzó a entregar productos sin tener la documentación completa en los expedientes. De esta manera se comenzó a revisar cada

expediente y sacar los que están incompletos, ver que le faltaba a cada uno de ellos y agruparlos por zona y se comenzó a solicitar la documentación faltante.

A los expedientes incompletos lo que más tienen faltante son letras de cambio sin firmar, fotocopia de identidad, y RTN numérico. Al terminar de completar los expedientes de microcrédito se comenzó a revisar los expedientes de créditos, donde se sigue actualizando cada uno de los expedientes con letras de cambio vencidas, permisos de operación vencidos y contratos vencidos.

CAPÍTULO III

3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS DE MEJORA

3.1.1 Agilización de proceso de Pre aprobación de Solicitud de Crédito

Agromoney es un programa, que tiene como objetivo la repartición de crédito. En el proyecto un aproximadamente 75% de los productores del proyecto han solicitado crédito a través de los ingenieros agrónomos de campo.

En el momento en que los ingenieros agrónomos son abordados con solicitudes de posibles clientes para el proyecto, ellos se ven en la obligación de asistir a alguna de las agencias más cercanas a dejar la documentación necesaria de los posibles clientes, para que luego el personal en las agencias pueda hacer llegar la información a la casa matriz de la empresa y así ellos puedan revisar la central de riesgo y verificar si el historial crediticio del cliente es lo suficientemente bueno para proseguir con la asignación de código para el nuevo productor del programa.

Actualmente Argomoney solo cuenta con una persona para gestionar la facturación, revisar documentación de solicitudes, revisar historiales crediticios, generar estados de cuenta y actualizar cada uno de los estados de las solicitudes, todos los días para que así cuando los ingenieros de campo los soliciten, estén a mano.

Teniendo en cuenta que solo una persona se encarga de todo el proceso de pre aprobación (una persona que posee una carga muy grande de trabajo), los solicitantes esperan días y a veces semanas para que se les apruebe el crédito, ya que la persona debe revisar solicitudes

y revisar los perfiles de las personas en el programa; acumulando los expedientes de los candidatos y atendiéndolos cuando ella puede.

Una observación importante que se hizo durante el periodo de practica es que actualmente los agentes de telemarketing y los ingenieros agrónomos poseen una tableta y/o una computadora donde ellos pudieran gestionar una parte del proceso de pre aprobación, al revisar el estado del cliente en la central de riesgo; cosa que no realizaban debido a que solamente una persona tenía acceso al mismo.

El proceso se retrasaba debido a que a pesar de poseer la tecnología (las tabletas y computadoras) el personal de campo no poseía acceso a las bases de datos y al programa de verificación de crédito, donde se evalúa si un cliente se puede considerar o no para un crédito. Haciendo más largo el proceso de pre aprobación y generándole falsas esperanzas a las personas durante los tiempos de espera.

Basándose en la teoría del JIT (Just in time), define la como la filosofía que optimiza un Sistema de producción. Todo esto con el objetivo de entregar componentes a la línea de fabricación de forma que llegue a tiempo a medida que son necesarios. Es una filosofía que se orienta a la demanda. Así como el JIT trabaja en base a la demanda, el objetivo de instalar el software es el de optimizar el proceso de pre aprobación y hacer un mejor uso de los recursos disponibles (los dispositivos móviles) para ofrecer un mejor servicio. (Casseat, 2002)

De manera que en la semana 5, se propuso la instalación del software People Soft (programa donde se puede revisar el historial del cliente) (programa con que ya cuenta la empresa, pero solo una persona tiene acceso al mismo) y la creación de acceso a el mismo por parte de cada uno de los ingenieros agrónomos para que así ellos pudiesen revisar el historial crediticio del cliente.

Ya que la empresa actualmente cuenta con una plataforma amplia y también cuenta con el software people soft el cual ayuda a la empresa a llevar un control de cada uno de los productores y revisión de central de riesgo; solo se requería de la instalación del software en los dispositivos con los que ya cuenta el equipo.

De manera que en la semana 6, luego de convencer a la junta directiva de la importancia de la implementación se implementó el software en las 4 tabletas y las 2 laptops que se reparten entre los agentes de telemarketing y los ingenieros agrónomos. Además, se le genero el acceso al personal de campo para que pudiesen acceder al software.

Para que la implementación se pudiese llevar a cabo, el departamento de programación y logística se encargó de crear los accesos e instalar el programa en los 6 dispositivos; con el objetivo de mantener los ingenieros agrónomos y los agentes de telemarketing actualizados con la información a tiempo, en cualquier momento.

En la semana 8, 9 y 10 se pudo ver como los ingenieros de campo realizaron revisiones rápidas en la zona de campo para consultar en la central de riesgo, sin necesidad de ir a la sucursal y darle falsas esperanzas a los clientes, agilizando el proceso de pre aprobación.

Así mismo, durante la semana 9 que finalmente se logró obtener 4 candidatos calificados, a través de la implementación, no solo se les verifico el estado de su historial crediticio, sino que también se llenó la base de datos con su información para llevar la información completa a la casa matriz y comenzar el proceso de aprobación del crédito.

Comparativo de Tiempo				
Semana	Número de clientes	Días que Hubiese tomado la Pre Aprobación	Días que Tomo	Días que se Redujo
9	4	4	1	3
10	5	4	1	3

Tabla 1: Comparativo de Tiempos

En la tabla 1, se expone el comparativo de los tiempos, donde se puede ver el impacto de la mejora implementada, donde antes para los ingenieros agrónomos y agentes de telemarketing el proceso de pre aprobación toma 4 días debido a la sobrecarga de trabajo de la persona encargada y el hecho que deben ir de regreso a la agencia. Sin embargo, en la semana 9 y 10, luego de que se les instalara el software en los dispositivos el equipo logro reducir los días de la transacción de 4 días hábiles a 1 día (en realidad 10 min), lo cual mejoro la eficiencia del proceso y agilizo el proceso.

3.2 PROPUESTA DE MEJORA

3.2.1 Plan de Seguimiento de los Clientes

La academia de inversión en 1960, estableció que: “El gran reto financiero sería la administración de riesgo de crédito, que consiste en medir, minimizar y prevenir las pérdidas esperadas y las pérdidas no esperadas que surgen de las actividades relacionadas con el otorgamiento de préstamos en general.” Consiguiendo resultados sorprendentes al aprovechar las ventajas del análisis tradicional de ratios sin fundamentos simplistas y combinándolos con las técnicas estadísticas más sofisticadas. Hoy en día las empresas están expuestas al riesgo de crédito cuando venden a plazo. Diversidad de empresas cuentan con departamentos o sistemas de riesgo que evalúan a sus clientes, previos al otorgamiento de créditos o ventas a plazos. (Academia de inversion , 1960)

El programa de Agromoney tiene como objetivo colocar la cartera de créditos otorgada por FIRSA (Fideicomiso para la reactivación del sector agroalimentario de Honduras). La cartera que otorgo FIRSA a Agromoney es de 50 millones de lempiras de los cuales como se puede apreciar en la tabla 2 y en la figura 1, solo se ha colocado 66% del 100% de la cartera, aproximadamente 33 millones de lempiras.

Cartera Otorgada por FIRSA 2017		
Meta por colocar	Monto Desembolsado	Monto pendiente por colocar
L 50,000,000.00	L 33,241,445.97	L 16,758,554.03

Tabla 2: Cartera de Créditos Otorgada por FIRSA 2017

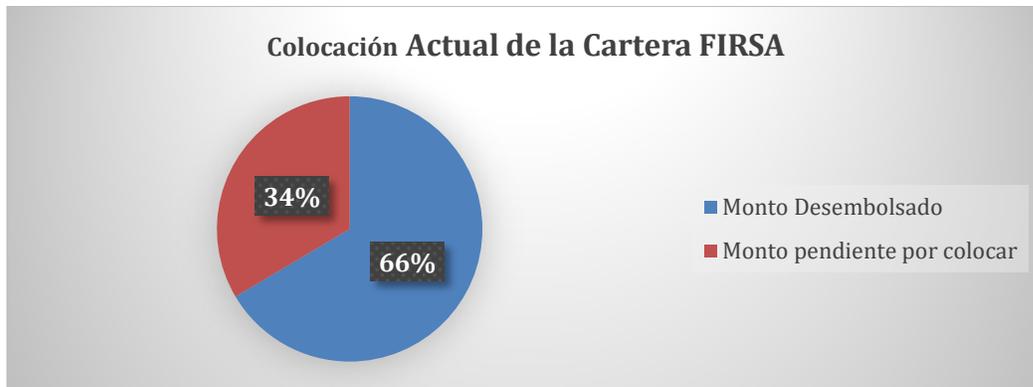


Figura 1: Colocación Actual de Crédito FIRSA

La empresa tenía la meta de colocar el 100% del dinero en el plazo de un año y solo logro colocar un 66%, lo cual como se puede ver no fue completamente eficiente. Esto se debe al poco seguimiento que se le da a los clientes y al tiempo que conlleva cada transacción debido al poco personal. Durante el periodo de práctica profesional se pudo ver que a pesar que el programa cuenta con un base de datos de prospectos informados y no informados del en relación al programa, no se les llama para darles seguimiento y en ocasiones no se les da seguimiento a sus solicitudes.

Gracias a la implementación del acceso de People Soft en los dispositivos de los agentes de telemarketing y los ingenieros agrónomos, se logró mejorar el seguimiento inmediato de las solicitudes de crédito ya que ahora los prospectos no tienen que esperar para saber si califican o no 4 días, sino que de inmediato a través de los dispositivos móviles de los ingenieros agrónomos se dan cuenta si califican o no. Pero a pesar de eso, la otra parte del proceso toma tiempo, debido a que solamente una persona gestiona el papeleo y el proceso de desembolsos (que es el paso que prosigue de la pre aprobación)

En ocasiones se atendió llamadas de los clientes preguntando por el estado de su solicitud, del papeleo porque nadie les había informado que los papeles ya estaban listos o que debían asistir a firmarlos. Negligencia que le genera la pérdida de prospectos en ocasiones y la insatisfacción de los clientes en relación al proceso.

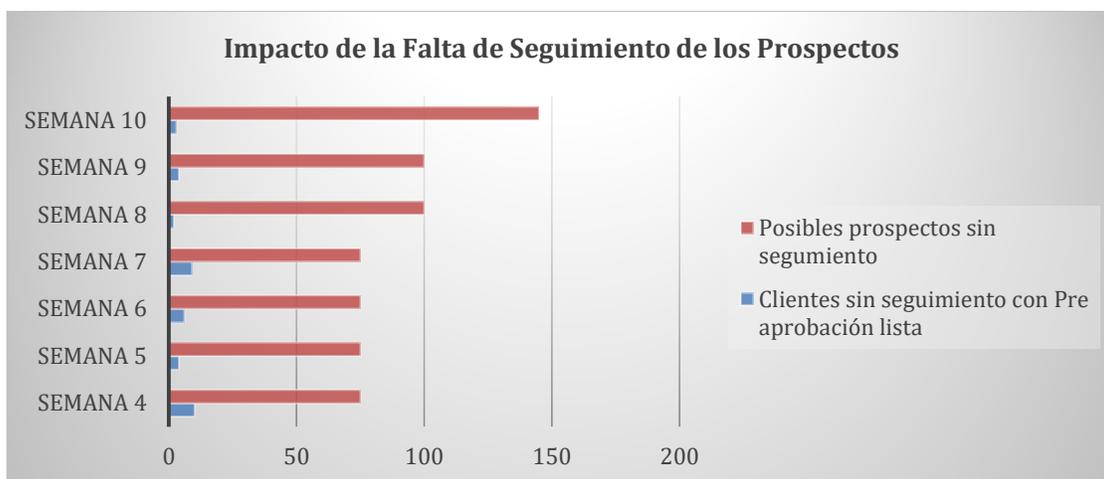


Figura 2: Impacto de la Falta de Seguimiento de los Clientes

Se realizó un conteo de la semana 4 a la semana 10, del seguimiento de los prospectos y los clientes en proceso. Como se puede apreciar en la figura 2, el número de posibles prospectos fue incrementando debido al aumento de prospectos en la base de datos; y a través de las semanas no se le contacto a ninguno de ellos para informarles en relación al programa y sus beneficios; cosa que se debería llevar a cabo por el departamento de telemarketing.

Adicionalmente a los clientes que ya se les pre aprobó el crédito, no se les ha dado el seguimiento correcto ya que ellos deben de llamar para recordarle a la persona encargada

que se les dé seguimiento y que se les informe el estado de su solicitud, cosa que los ingenieros agrónomos deberían hacer ya que son ellos los que gestionan la pre aprobación.

De manera que lo que se propone es generar un plan donde se le pueda dar seguimiento a los prospectos con el objetivo de colocar al menos 5 millones más, en menos de 5 meses. Eso se lograría a través del plan propuesto en la tabla 4 y 5, donde se desglosa como se podría colocar el dinero de manera rápida.

3.3 IMPACTO DE LAS PROPUESTAS DE MEJORA

3.3.1 Plan de Seguimiento de los Clientes

Para poder lograr un seguimiento correcto de los clientes es necesario implementar un plan de seguimiento tanto para los prospectos como para los clientes que ya pasaron por una pre aprobación.

En la figura 4 se ilustra un plan de seguimiento tanto para los prospectos como para los clientes que ya fueron pre aprobados. Para ambos casos ya existe una base datos, solamente se requiere darle seguimiento a la misma y actualizarla de manera constante.

En el caso de los prospectos el plan consiste en filtrar la base de datos de los prospectos de acuerdo al tamaño de la empresa y la zona geográfica ya que son alrededor de 145 prospectos en diferentes zonas, a los cuales no se les ha contactado de ninguna forma. Se debe generar un calendario donde los agentes de telemarketing (que actualmente solo se

encargan de gestionar pedidos de insumos) generen a través de una agenda digital como la de google un calendario donde de lunes a viernes durante la jornada laboral en la tarde (la hora donde ya no se hacen pedidos de insumos), se calendaricen llamadas o correos electrónicos por zona geográfica para contactar como mínimo 10 prospectos por semana.

El mínimo se estableció después de realizar una entrevista a Laura Caballero gerente de recursos humanos de la empresa Partner Hero (Call Center de Altara) donde comentaba que los agentes de telemarketing con funciones diversas actualmente hacen los Pre screenings de un candidato en 10 minutos. (termino que se refiere a una llamada donde se evalúa rápidamente a un candidato) De manera que si se hicieran 10 llamadas a 10 prospecto a la semana les tomaría alrededor de 1 hora y 40 minutos de inversión a la semana, lo cual es completamente aceptable con la carga de trabajo que tiene el personal.

Para llevar un control de ello, a la base de datos actual se le debe agregar pestañas donde se indique si ya se les contacto a los prospectos, la fecha en que se les contacto y el estado de su aplicación; de esta forma se le daría seguimiento a la base de datos de prospectos y se podría llegar de manera más rápida a la meta la cual es colocar el resto del dinero pendiente.

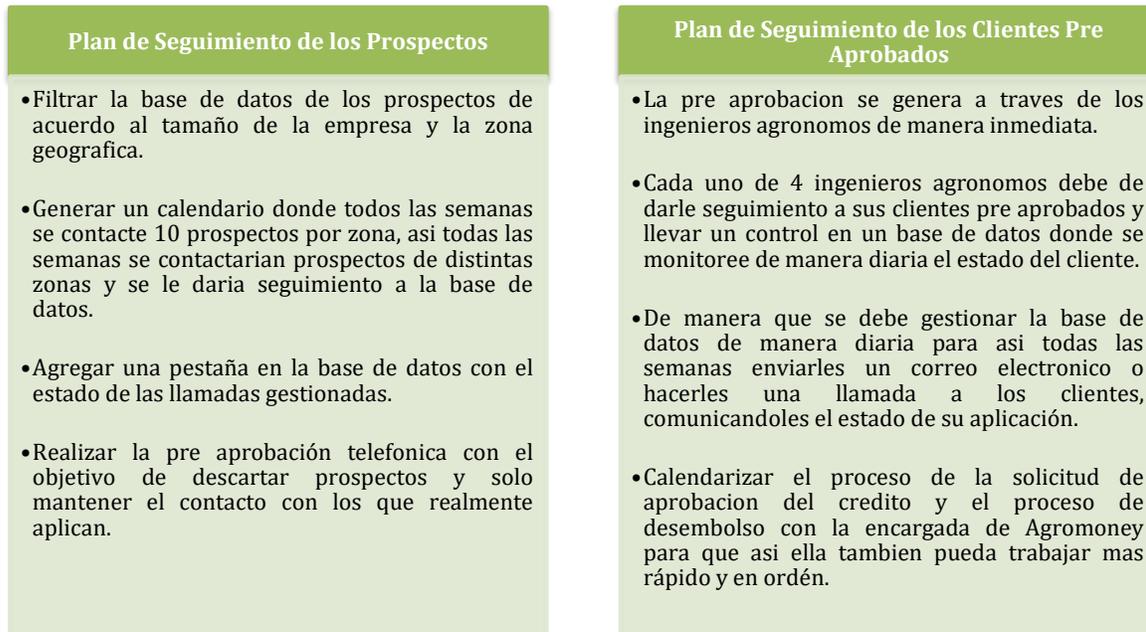


Figura 3: Plan de Seguimiento de los Prospectos y Clientes

Si se logra llamar a 10 prospectos a la semana, tomando en cuenta que actualmente se posee una base de datos de 145 prospectos como se ilustra en la tabla 4, se podría terminar de contactar los posibles clientes en un plazo de 4 meses. Si esto se implementara en enero, para finales de abril se habría concluido con el contacto de los clientes en la base de datos.

Las 40 llamadas son el resumen de 10 prospectos semanales por cuatro semanas, haciendo un total de 40 llamadas por mes. Si se suma 40 llamadas por 3 meses son 120 llamadas, quedando 25 llamadas para el último mes y así terminar de contactar toda la base de datos.

Contacto de Clientes	
Mes 1	40
Mes 2	40
Mes 3	40
Mes 4	25

Tabla 3: Proyección de Contacto de Clientes

El contacto de las personas de la base de datos se basa en la premisa que en la primera base de datos como prueba piloto se encontró que un 30% de los candidatos fueron aprobados.

De manera que, al contactar la base de datos actual, asumiendo que un 30% de las personas en la base de datos tienen la posibilidad de ser clientes podría mejorar el número de desembolsos realizados, así como también generar más ingresos por intereses para la empresa.

La base de datos de la empresa se alimenta de contactos que se adquiere por la visita a los bazares y eventos realizados en la Cámara de Comercio y en las diferentes alcaldías del país.

Cabe mencionar que la primera base de datos que obtuvo el programa tenía solamente 50 microempresas donde después de contactar las empresas, 16 empresas calificaron en el programa. De manera que se pudo ver que las empresas que visitan dichos eventos y ferias son realmente empresas con potencial a posibles clientes. De manera que basándose en esa premisa se podría decir que un 30% de la base de datos actual (nueva, sin seguimiento) podría tener esos clientes que requiere el programa para terminar de colocar el dinero.

Base de Datos de los Clientes	
Primera BD	50
Actual BD	145

Tabla 4: Bases de Datos de los Clientes

En la tabla 5, se describe como se podrían colocar aproximadamente 10 millones ochocientos mil, generando una mejora en los montos colocados y la posibilidad de adquirir 830,769 lempiras en intereses (que salen de la división de la tasa entre los 12 meses, multiplicando el resultado por los 10 meses de plazo, por el monto de crédito el cual es 150,000 lempiras).

Proyección de Desembolsos con Seguimiento a la Cartera			
Cantidad de clientes	Monto Desembolsado	Monto Viejo + Nuevo	Monto Pendiente de Colocar
44	L 6,600,000.00	L 39,841,445.97	L 10,158,554.03

Tabla 5: Proyección de Desembolsos con Seguimiento a la Base de Datos

En la figura 5 se puede apreciar como de un 66% desembolsado, la cartera pasa a un 80%, colocando un 14% más del monto pendiente por colocar. Ese 14% adicional se lograría colocar en aproximadamente 4 meses si se lograra terminar de contactar la base de datos según las proyecciones de la tabla 4.

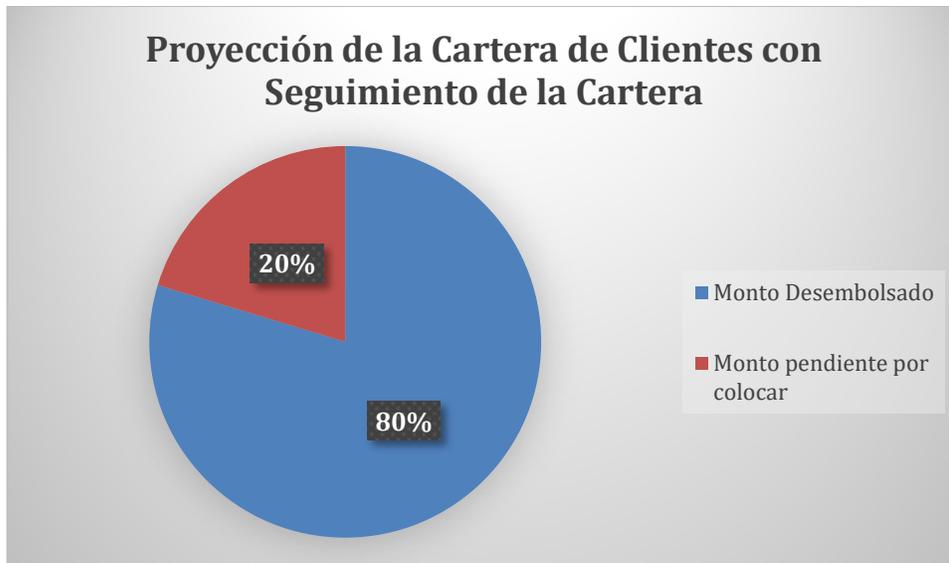


Figura 4: Proyección de la Cartera de Clientes con Seguimiento de la Cartera

Darle seguimiento a los clientes tanto pre aprobados como prospectos mejorara el porcentaje de colocación del dinero del programa; asimismo mejorara la imagen de la empresa con los clientes, mejorando la imagen que se proyecta a través de la publicidad boca a boca.

CAPITULO IV

4.1. CONCLUSIONES

1. Se logró poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos en la carrera en relación a contabilidad, créditos, administración y mercadotecnia al poder llevar a cabo los principales procesos de departamento microcrédito Agromoney.
2. Se trabajó en distintas actividades en el área de microcrédito, desde la pre aprobación del crédito hasta el proceso de seguimiento para llegar al desembolso del cliente, donde se logró identificar algunas oportunidades de mejora en relación al tiempo que requiere el proceso, lo cual permitió la implementación de un software en los dispositivos móviles del equipo de telemarketing y ventas con el objetivo de agilizar el proceso.
3. Se elaboró una implementación que llevo a la evaluación del seguimiento del proceso de aprobación de los clientes, que al ver lo deficiente que es actualmente, se realizó una propuesta de mejora en relación al seguimiento de los clientes con el objetivo de lograr llegar a la meta de colocar los 50 millones en el mercado de agricultura en Honduras.
4. Se evaluó las oportunidades de mejora del departamento de microcrédito, donde se desarrolló y sugirió una propuesta en relación a la falta de seguimiento de la cartera de créditos, específicamente las moras; de manera que se diseñó un programa con un proceso para poder darle seguimiento a los mismos y recuperar los préstamos.

4.2. RECOMENDACIONES

- Grupo Cadelga: Se le sugiere darle seguimiento a los clientes pre aprobados y adicionalmente se le sugiere implementar las propuestas de mejora con el fin de lograr colocar y cobrar más rápido el dinero.
- Unitec: Se le recomienda ofrecer perspectivas más amplias a los estudiantes en relación al campo laboral, a través de proyectos y tareas que los acerquen más a entender el funcionamiento del mismo.
- Estudiantes: Se les recomienda, el empleo de la investigación acción para fortalecer el proceso de enseñanza aprendizaje en las fases de la práctica profesional, también poner un mejor empeño en la ejecución de la práctica, sin tomar a la ligera la responsabilidad que estas representan.

BIBLIOGRAFÍA

- Academia de inversion* . (1960). Retrieved noviembre 29, 2017, from xucta de galacia:
www.academiadeinversion.com/altman/
- cadelga*. (2014). Retrieved noviembre 29, 2017, from grupo cadelga :
www.grupocadelga.com/cadelga/
- cadelga*. (2014). Retrieved noviembre 02, 2017, from www.grupocadelga.com:
www.grupocadelga.com/cadelga/
- Casseat. (2002, Marzo). *JIT*. Retrieved 2017, from
http://www.ub.edu/gidea/recursos/casseat/JIT_concepte_carac.pdf
- Mision, vision, valores* . (2014). Retrieved noviembre 29, 2017, from Grupo Cadelga:
www.grupocadelga.com/cadelga/
- Philip T. Kotler, K. L. (2012, marzo 14). *Marketing Management, 14th Edition*. Retrieved from Marketing Management, 14th Edition:
<https://www.pearsonhighered.com/product/Kotler-Marketing-Management-14th-Edition/9780132102926.html>
- Sigma Data Services. (n.d.).

GLOSARIO

- **Trans Unión:** es una recopilación de todos los créditos de una persona en un solo documento.
 - **Monto:** valor del dinero en préstamo que se realizara.
 - **Plazo:** tiempo en el cual el crédito se puede pagar (días, meses, años)
 - **Periodo de gracia:** es un tiempo en el que usted solo le paga al banco intereses de su crédito, y no una cuota completa, usted también puede acordar con la entidad le financie los intereses de este tiempo, para que así no tenga que pagar ningún valor en este periodo.
 - **Tasa de interés:** es el costo del dinero que se debe pagar por el crédito solicitado.
 - **Monto de las cuotas:** dinero que se pagara periódicamente (mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual) para cancelar la deuda.
 - **Tipos de crédito:** Existen diferentes tipos de crédito, siendo los más tradicionales en el sistema financiero los créditos comerciales, agropecuarios, microcrédito de consumo y crédito.
- Pymes:** Es una iniciativa que busca satisfacer una necesidad a través de la entrega de productos y servicios que dinamizarán la economía de un sector específico.
- **Consumo inteligente:** Es la capacidad de tomar decisiones correctas, comparando calidades y precios, antes de realizar un gasto.

ANEXOS

SOLICITUD DE APERTURA DE CRÉDITO PARA PRODUCTOR

Datos Generales

1. Nombre Completo: _____
2. Nacionalidad : _____
3. Número y Tipo de Documento de identificación: _____

id. pasaporte carnet de residencia

4. Fecha de Nacimiento: _____ Edad: _____
5. RTN: _____
6. Profesión / Oficio _____
7. Estado civil
Casado Unión Libre Soltero

8. Numero de Dependiente: _____
9. Teléfono: _____ Celular: _____
10. Dirección de Domicilio: _____

11. Tiempo de residir _____
12. Nivel Educativo: Ning. ___ Prim. ___ Secu. ___ Diver. ___ Tec. ___ Univ. ___
13. Correo electrónico: _____

DATOS NEGOCIO

14. Nombre Finca: _____
15. Dirección del Finca: _____
16. Actividad específica del Negocio: _____
17. Teléfono de Finca: _____
18. Tiempo en esta tierra: _____
19. Tierra : Alquilada ___ Propia ___ Familiar ___ Grupo ___

ASISTENCIA TECNICA

20. Asistencia técnica de : _____
21. Nombre Técnico: _____
22. Numero de Tel. Técnico: _____

**OTRA FUENTE DE INGRESOS**

23. Actividad 1 : _____

24. Ingreso Mensual: _____

25. Actividad 2 : _____

26. Ingreso mensual: _____

DATOS DEL CONYUGE

27. Nombre completo : _____

28. Número y Tipo de Documento de identificación: _____

 id. pasaporte carnet de residencia

29. Edad : _____

30. RTN: _____

31. Nacionalidad: _____

32. Dirección: _____

33. Teléfono: _____ Celular: _____

34. Correo electrónico: _____

35. Empresa donde labora : _____

36. Dirección de la empresa _____

37. Teléfono de la empresa _____

NOMBRE ASOCIACION O GRUPO

38. Nombre completo : _____

39. RTN: _____

40. Dirección: _____

41. Nombre de Contacto : _____

42. Teléfono: _____ Celular: _____ Fax: _____

43. Correo electrónico: _____

44. Fecha inscripción : _____

45. Numero de carnet: _____

46. A quien venden : _____



Referencias Bancarias o Financieras

Nombre Institución Financiera	Tipo de Producto Financiero	Monto	Plazo

Referencias Comerciales

Nombre Casa Comercial	Teléfono	Crédito Autorizado	Antigüedad del Crédito	Plazo	Contacto

Inventario Ciclo Productivo			
Cultivo	Área	Inversión	Venta

Crédito Solicitado

Por medio de la presente, se solicita la apertura de una línea de crédito con limitación de suma para la compra de los productos que CADELGA y/o FERTICA (en adelante conjunta o separadamente "la Empresa") elabora y/o distribuye, según los términos y condiciones siguientes:

1. Monto Límite del Crédito Solicitado: _____
2. Cultivo a Financiar: _____
3. Área a Financiar: _____
4. Plazo solicitado : _____
5. Tipo de Cliente: Productor